

ZBIGNIEW ZAKRZEWSKI

EFEKTYWNOŚĆ HANDLU WEWNĘTRZNEGO — PRÓBA TEORII

W celu uchwycenia czystych efektów działalności handlu wewnętrznego nie wystarcza ustalanie proporcji całkowitego obrotu towarowego do kosztów ponoszonych w związku z jego realizacją. Ani wartość sprzedaży, ani koszty całkowite nie wyrażają w pełni i dokładnie wielkości usług świadczonych przez handel, czy też zużytych w związku z tym sił i środków. Jeśli chodzi o podstawową funkcję handlu — zaspokajanie potrzeb konsumentów drogą sprzedaży im towarów — usługi te sprowadzają się do określonych zabiegów technicznych, przeprowadzanych w sferze obrotu. Rozpatrzmy zatem, na czym zabiegi te polegają, jakie czynniki kształtują ich rezultaty i koszty oraz w jaki sposób można by oba te elementy wymierzyć. Warunkiem określenia ekonomicznej efektywności handlu jest oczywiście wymierzalność pieniężna środków i rezultatów¹. Nie przekreśla to celowości stosowania we wstępnym dochodzeniu poszczególnych przesłanek efektywności, gdzie to jest możliwe, również mierników pozapieniężnych. Przedstawione też będą główne aspekty społecznej efektywności handlu jako wyodrębnionej dziedziny gospodarki narodowej.

Interesować nas będą rezultaty działania handlu w ujęciu makroekonomicznym, stawiającego sobie za cel zaspokajanie potrzeb konsumenta indywidualnego. Pomijamy więc w rozważaniach dziedziny takie, jak skup produktów rolnych czy zaopatrzenie materiałowe produkcji. Obsługa rynkowa ludności jest przecież podstawową funkcją handlu. Rozpatrywanie jej jedynie w skali pojedynczego przedsiębiorstwa przekreślałoby pełny rachunek wyników i kosztów obrotu towarami jako procesu społecznego. Stosownie do tego, jaki sens pojęciu ekonomicznej efektywności nadaje zazwyczaj literatura², będziemy poszukiwać, gdzie to tylko jest możliwe, formuł, z których wynika droga ku optimum, a więc kiedy z danego nakładu pracy osiąga się maksimum wyników.

¹ J. Kurnal, *Problemy efektywności handlu w krajach kapitalistycznych*, „Handel Wewnętrzny” 1958, nr 4.

² *Nowy słownik ekonomiczny*, Warszawa 1958, s. 280; *Dictionary of Modern Economics*, Waszyngton 1948, s. 111.

Jak już wspomniano, ocenie będą podlegać określone zabiegi techniczne, związane z fizycznymi przesunięciami dóbr uczestniczących w wymianie, przy czym posłużymy się tu konstrukcjami dostosowanymi wyłącznie do badań stosunków organizacyjnych rynku, a więc nie przedstawiającymi użyteczności szerzej, ogólnoeconomicznej. Analizę cen i marż w obrocie towarowym oraz właściwy rachunek efektywności eksploatacji i inwestycji rozmyślnie pomijamy, gdyż są to pola badawcze i konstrukcje, rzecz by można, należycie przez teorię zagospodarowane i przedstawiające doniosłe znaczenie poznawcze dla wszystkich dziedzin. Wydaje się celowe podkreślenie w tym miejscu potrzeby ścisłego rozgraniczenia z metodologicznego punktu widzenia dwóch odrębnych, choć z sobą związanych, stron badania efektywności. Wyniki działalności handlu mogą być rozpatrywane w pierwszym rzędzie z punktu widzenia jej opłacalności, różnorodnych skutków polityki cen i marż oraz uregulowań przyjętych w systemie finansowym. Obracamy się wtedy w kręgu współzależności, które znamionują stosunki ekonomiczne w ogóle. Tutaj zajmuje nas inna sfera zjawisk i badań. Chodzi mianowicie o ocenę działania samego handlu jako wyspecjalizowanej dziedziny gospodarki narodowej, mającej za podstawowe zadanie fizyczne przystosowanie powierzonych sobie zasobów towarowych do potrzeb ludności. Tej niezwykle ważnej ocenie nie poświęcano dotąd w literaturze należytej uwagi.

W ocenie pracy handlu powinno się dostrzegać i rozpatrywać oddzielnie dwa pola rachunku efektywności: z punktu widzenia potrzeb zgłaszanych przez konsumenta oraz interesu gospodarki narodowej jako całości. Zasadniczym sprawdzianem wywiązywania się aparatu obrotu z nałożonych zadań jest zaspokajanie potrzeb ludności. W warunkach gospodarki socjalistycznej handel jest jednak obciążony szerszymi funkcjami, z których wykonywania również musi się rozliczać. Oba wspomniane pola rachunku efektywności zazębiają się z sobą, przy czym w danym przypadku łączny wynik może być pozytywny albo negatywny, lub też przeprowadzona ocena z obu punktów widzenia wypadnie różna, o kierunkach przeciwnych. Na przykład wygospodarowanie przez handel oszczędności i dodatkowej akumulacji na cele ogólne może być wynikiem pogorszenia pod względem jakościowym obsługi potrzeb ludności.

Zajmiemy się przede wszystkim kryteriami oraz próbnym pomiarem „czystych” wyników operacji handlowych pod kątem widzenia interesów konsumenta. Jeśli chodzi o rachunek ogólnospołecznej efektywności handlu, nie możemy wyjść poza ramową systematykę głównych kryteriów i ostrożnie wysuwane wskaźniki orientacyjne dla przykładowo podanych przypadków.

W studiach makroekonomicznych nad efektywnością handlu trzeba

mieć na uwadze faktyczny rozkład funkcji rynkowych pomiędzy różne dziedziny gospodarki narodowej.

Okoliczność powyższa jest w studiach tych na ogół pomijana, a przecież nie ma w rzeczywistości podziału zadań w czystej postaci. Zdarza się na przykład, że rolnictwo, a nie handel zajmuje się długo-okresowym przechowywaniem zboża, że przemysł wyręcza handel w funkcjach przystosowywania dóbr do potrzeb konsumenta oraz regulowania zapasów celem zabezpieczenia równomiernego zaopatrzenia rynku, że zadania przemieszczania towarów w przestrzeni w bardzo różnych proporcjach obciążają przedsiębiorstwa w tym wyspecjalizowane oraz działy transportu własnego w przemyśle, rolnictwie i handlu. Nawet klasyczna funkcja aparatu dystrybucyjnego — zaspokajanie potrzeb konsumpcyjnych ludności — jest po części agendą rolnictwa, a mianowicie w zakresie tak zwanego samozaopatrzenia wsi. Jakże płyną stąd wnioski dla oceny działania handlu?

Czysty efekt danej operacji gospodarczej jest rezultatem stosunku wykonanego zadania do poświęconego w związku z tym nakładu. Nie można zatem przeciwstawiać, na przykład, wielkości obrotu składowego, zrealizowanego jedynie przez aparat handlowy, ogólnej sumie nakładów poniesionych w związku z przechowywaniem danego artykułu przez wszystkie zajmujące się tym faktycznie dziedziny. Trzeba mieć na uwadze również to, że jeśli przemysł lub rolnictwo stronią od wykonywania którejs z klasycznych funkcji handlu, tym bardziej od niego będziemy oczekiwać jej spełnienia.

Chcąc ocenić rolę handlu w zakresie przystosowywania zasobów towarowych do potrzeb konsumenta, trzeba będzie wyjaśnić, na czym dana usługa polega, od czego przede wszystkim zależy jej spełnienie, jak się w związku z tym zachowują koszty i w jaki sposób należałoby wymierzyć efekty. Warto mieć tu przed oczyma dwa układy masy towarowej: układ początkowy „produkcyjny” i układ końcowy „handlowy”, między które wkraczą różne przekształcające zabiegi aparatu obrotu.

O powodzeniu prób zmierzających do uchwycenia wyników handlu rozstrzyga przede wszystkim trafne wyodrębnienie usług albo zabiegów, do których zasadnicza działalność jego się sprowadza. Wspomniana systematyka powinna być wyczerpująca i oparta na wyłączności kryteriów podziału. W naszych rozważaniach również i koszty każdej usługi są wyodrębnione jako wykluczające się człony podziału. Rozpatrując poszczególne rodzaje usług, dla uproszczenia abstrahuje się w ich ocenie od faktycznej wzajemnej współzależności usług między sobą.

Proponujemy następujące zestawienie operacji w końcowym „handlowym” układzie masy towarowej, które, jak się wydaje, ujmuje ten problem w sposób prawidłowy:

1. zaofiarowanie konsumentowi poszukiwanego przezeń artykułu a ; przyjmujemy tu i w następnych przypadkach, że konsument jest ostatecznym nabywcą;
2. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w ilości przezeń poszukiwanej;
3. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w ramach asortymentu towarzyszącego, odpowiadającego jego preferencji;
4. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w jakości odpowiadającej jego preferencji;
5. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w stosownym dla niego czasie;
6. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w stosownym dla niego miejscu;
7. zaofiarowanie konsumentowi artykułu a w sposób zgodny z jego preferencjami.

W każdym z tych przypadków między układ masy towarowej początkowy a końcowy wkraczają zabiegi handlu, które dokonywają tu celowych przekształceń w interesie konsumenta. Na tym właśnie polegają efekty rzeczowe wspomnianych operacji. Rozpatrzmy teraz kolejno rodzaje usług od 1 do 7, ustalając dla każdej z nich wskaźnik faktycznej efektywności w ujęciu wartościowym. Na tej podstawie będzie można określić charakter danego wskaźnika, jego porównywalność z pozostałymi wskaźnikami i, co najistotniejsze, zasadnicze elementy i czynniki kształtujące efekty działania handlu.

Zanalizujemy w pierwszym rzędzie usługę handlową, polegającą na zaofiarowaniu konsumentowi poszukiwanego przezeń artykułu.

Handel musi podjąć szereg zabiegów po to, by podaż dóbr w sieci detalicznej pokrywała się pod względem struktury obrotu z popytem efektywnymi ludności. Odróżnić tu trzeba przy tym dwa zasadniczo odmienne przypadki — zgodności albo też niezgodności struktury asortymentowej produkcji ze strukturą zapotrzebowań rynku. Chodzi tu o samą tylko zgodność w sensie fizycznym, gdyż koordynacje: ilościowa, jakościowa, czasowa i przestrzenna, są w naszych rozważaniach rozpatrywane oddzielnie. Jeśli istnieje w tym zrozumieniu zgodność obu struktur, czyli układ początkowy obejmuje zbiór a, b, c i układ końcowy także a, b, c , to rola handlu ogranicza się do skutecznego zaofiarowania tego, co zostało wyprodukowane. Jeśli wspomnianej zgodności struktur obrotu nie ma i to zazwyczaj w tym sensie, że poszukiwanych przez rynek dóbr się nie produkuje, handel musi podjąć dodatkowy wysiłek, polegający bądź na skłonieniu wytwórcy do objęcia ich programem produkcyjnym, bądź też na wyszukiwaniu substytutów. Jeśli zważymy, że uzgodnienie, o którym tu mowa, dotyka dalszych różnorodnych zjawisk,

jak na przykład cech użytecznych towaru, stanu rozporządzalnego zapasu w sferze produkcji i u użytkowników, a więc w gospodarstwach domowych, rytmu produkcji i spożycia w jednostce czasu, faktycznej możliwości zmiany rodzaju dóbr wytwarzanych i konsumowanych i tym podobnych momentów — to nietrudno będzie nam uzmysłowić sobie wagę i złożoność zadań handlu na tym odcinku. Sprawa skomplikowałaby się jeszcze bardziej, gdybyśmy proces przystosowywania produkcji do konsumpcji rozpatrywali jako skutek polityki cen i marż. Tę sferę jednakże celowo pomijamy, zajmując się tutaj kwalifikacją działania samego aparatu handlu, a nie skuteczności ogólnej polityki rynkowej. Usługa handlowa, którą się tutaj zajmujemy, polega na stałym równoważeniu omawianych wyżej struktur masy towarowej, na powodowaniu odpowiednich zmian podaży i popytu, na przeciwdziałaniu brakowi danego artykułu na rynku albo, przeciwnie, utrzymywania się w handlu nadmiernych zapasów.

Im większe jest zaopiarowanie dóbr spożycia odpowiadające popytowi efektywnemu ludności przy możliwie najmniejszym związanym z tym koszcie, tym wyżej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu w ujęciu statycznym. Chcąc określić, czy i o ile sam handel przyczynia się do tego efektu, powinniśmy rozpatrywać problem ten dynamicznie, badając przyrost dóbr pokrywających się z zapotrzebowaniem konsumentów między układami początkowym a końcowym.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności tej usługi może być stosunek ponoszonych tu kosztów J do wartości obrotu rzeczowego, odpowiadającego strukturze efektywnego i bez przeszkód zaspokajanego popytu, a wyrażonego w postaci sumy cen wchodzących tu w grę artykułów, tj. $C_1 + C_2 + \dots + C_n$. Przyjmując, iż koszty jednostkowe $J_1 + J_2 + \dots + J_n$ określają nam ogół nakładów związanych z realizacją omawianej usługi, a suma cen jednostkowych $C_1 + C_2 + \dots + C_n$ danej liczby artykułów wyraża jej wartość, otrzymujemy następujący wskaźnik:

$$\frac{J_1 + J_2 + \dots + J_n + \dots + J_{n+m}}{C_1 + C_2 + \dots + C_n} \quad (1)$$

Przez J_{n+m} rozumie się koszty jednostkowe tych artykułów, w stosunku do których zabiegi handlu na tym odcinku okazały się nieskuteczne. Zastosowanie w szacunku wartości usługi elementu C pozwala nadać każdemu z artykułów zbioru n postać ważoną.

Dalsza usługa handlu to zaopiarowanie konsumentowi danego artykułu w ilości przezeń poszukiwanej.

Partie towaru zbywane przez poszczególnych producentów nie odpowiadają na ogół ilościom stanowiącym zapotrzebowanie ostatecznych odbiorców. Konieczne jest zatem kompletowanie produkcji tworzącej

się w małych partiach, rozdrabnianie produkcji powstającej w dużych ilościach oraz dostosowywanie ładunków towarowych do wymagań stawianych przez aparat przewozowy. W rezultacie, po kilkakrotnej nieraz zmianie wielkości pojedynczej dostawy poprzez kolejne ogniwa pośredniczące, układ początkowy „produkcyjny” towarów $a, b, c \dots z$, wyrażający się w ilościach $a \cdot y_1, b \cdot y_2, c \cdot y_3 \dots z \cdot y_n$, przekształca się ostatecznie w układ końcowy „handlowy” $a \cdot x_1, b \cdot x_2, c \cdot x_3 \dots z \cdot x_n$, odpowiadający popytowi efektywnemu konsumenta. Przekształcanie to jest jedną z najpoważniejszych usług wyspecjalizowanego aparatu gospodarczego, jakim jest handel. Dla konsumenta usługa ta przedstawia to samo znaczenie, niezależnie od tego, ile razy rozdzielamy kolejno tę samą masę towarową. Jest, na przykład, dla niego sprawą obojętną, czy pewien zbiór ulega od razu rozbiciu na 1000 jednostek, czy też najpierw dzieli się go na 10 części, a następnie każdą z nich na 100 jednostek. Nie trudno więc sobie uzmysłować, jak bardzo niejednakowe, obciążające handel zabiegi mogą pomimo to doprowadzić do tego samego wyniku. Rozpatrując w dalszym ciągu omawiane zabiegi handlu i przyjmując dla uproszczenia, że jest to w zasadzie usługa ilościowego podziału masy towarowej, powinniśmy wyodrębnić tutaj dwa rodzaje kosztów. Powstają tu przede wszystkim koszty bezpośrednie, manipulacyjne, będące funkcją ilości części ostatecznie uzyskiwanych z określonej całości. Oczywiście, ważne jest i to, jaki ta całość reprezentuje towar i jakie są jego właściwości jako dobra objętościowego. Z operacją podziału masy towarowej łączą się też koszty pośrednie, wynikające ze zwiększenia się liczby przypadków utrzymywania w aparacie handlu zapasów.

Im bardziej zaofiarowane przez handel ilości dóbr spożycia odpowiadają popytowi efektywnemu w ujęciu kwantytatywnym, przy jednocześnie najniższych kosztach związanych z procesem przekształcania pojedynczych partii dostaw, tym wyżej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu w ujęciu statycznym. Pragnąc się dowiedzieć, czy i o ile sam handel swoją pracą przyczynił się do tego wyniku, powinniśmy zbadać, czy z punktu widzenia omawianego kryterium układ końcowy, czy też układ początkowy „produkcyjny” odpowiada bardziej preferencjom nabywców.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności tej usługi może być stosunek kosztów K związanych z kwantytatywnymi zmianami pojedynczych partii dostaw do wartości obrotu rzeczowego, określonego jako suma iloczynów ceny jednostkowej przez ilości towarów $C_1 \cdot x_1 + C_2 \cdot x_2 + \dots + C_n \cdot x_n$. Wskaźnik ten przyjmie więc postać następującą:

$$\frac{K_1 + K_2 + \dots + K_n + \dots K_{n+m}}{C_1 \cdot x_1 + C_2 \cdot x_2 + \dots + C_n \cdot x_n} \quad (2)$$

Uwidoczniona w mianowniku suma reprezentuje wartość omawianej usługi „ilościowej”, licznik natomiast wyraża w odróżnieniu od kosztów jednostkowych, globalne sumy kosztów K , związane z realizowaniem tej usługi.

Dalsza usługa handlu to zaofiarowanie konsumentowi danego artykułu w ramach asortymentu towarzyszącego, odpowiadającego jego preferencji.

Artykuły opuszczające sferę produkcji przemysłowej są ugrupowane według poszczególnych jej gałęzi, np. przemysłu drzewnego, metalowego, papierniczego, włókienniczego, skórzanego itd., podczas gdy konsumentom są zaofiarowywane w sieci detalicznej towary w grupach odpowiadających rodzajom spożycia: artykuły żywnościowe, odzież, obuwie, artykuły gospodarstwa domowego, galanteria, meble itd. Handel zajmuje się przegrupowaniem struktury produkcji opartej w chwili przejścia jej do sfery obrotu na schemacie zakładów wytwórczych — na strukturę masy towarowej, uporządkowaną według podstawowych kierunków spożycia. Na tym jednakże rola handlu na odcinku porządkowania asortymentu się nie kończy. Nie wystarczy celowe ugrupowanie towarów w przekroju branż sieci detalicznej, trzeba jeszcze ułożyć je w asortymenty sklepowe stosownie do preferencji nabywcy, dla którego nie jest rzeczą obojętną, z jakim oferowanym mu zespołem artykułów ma do czynienia. Kupujący bardzo sobie ceni zarówno możliwość wyboru między różnymi dobrami wzajemnie zastępowalnymi, jak udogodnienie polegające na zaprezentowaniu w danym punkcie sprzedaży towarów komplementarnych. Asortyment staje się w ten sposób urozmaicony i to w sensie dużej ilości tak różnych artykułów, jak gatunków jednego artykułu. Przyjmujemy więc, że element ilości jest najważniejszą względną miarą umożliwiającą kwalifikowanie tej usługi. Jest to pewne uproszczenie, gdyż w poszczególnych branżach szanse przechodzenia na substytuty i zakres popytu na dobra komplementarne są bardzo różne. Pozostaje jednak słuszne twierdzenie, że nabywca dokonujący wyboru jest zainteresowany w tym, by oferowany mu zbiór towarów był liczebnie duży. Przekształcenie struktury masy towarowej wymaga kosztownych zabiegów na szczeblu hurtu i detalu. Pierwszy z tych szczebli koncentruje produkcję dostarczaną przez różnych wytwórców, sortuje ją i selekcionuje, drugi zmuszony jest utrzymywać w wyspecjalizowanej brażowo sieci sprzedaży zapasy różnorodnych towarów. Trzeba przy tym pamiętać, że wybór konsumpcyjny pada na niektóre tylko dobra wchodzące w skład zapasu i że zapas ten jako całość obciąża sklep kosztami. Całkowity koszt tych zabiegów jest oczywiście wprost proporcjonalny do stopnia rozbieżności między ugrupo-

waniem „produkcyjnym” masy towarowej a tym, który interesuje konsumenta.

Im asortymenty sklepowe są bardziej zróżnicowane według kierunków spożycia oraz im bardziej są one urozmaicone, co daje się określić przeciętną ilością mieszczących się w nich różnych artykułów i ich gatunków, tym wyżej możemy ocenić — przy jednocześnie najniższych kosztach całego tego procesu przegrupowania towarów — czysty efekt omawianej usługi handlu w ujęciu statycznym. Z punktu widzenia dynamicznego istotne byłoby tu uwzględnienie przyrostu zróżnicowania i obfitości asortymentów, jaki dzięki swym zabiegom osiąga handel między układem początkowym „produkcyjnym” a układem końcowym „handlowym”.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności omawianej usługi może być stosunek ponoszonych tu kosztów J do wartości obrotu rzeczowego, obejmującego artykuły będące stosownie do preferencji konsumenta w zasięgu substytucji i komplementarności. I tutaj operujemy dla wyrażenia tego obrotu, a tym samym i wartości usługi „przegrupowania towarów”, sumą cen odnośnych artykułów $C_1 + C_2 + \dots + C_n$. Otrzymujemy zatem następujący wskaźnik efektywności

$$\frac{J_1 + J_2 + \dots + J_n + \dots + J_{n+m}}{C_1 + C_2 + \dots + C_n} \quad (3)$$

Koszty jednostkowe J odnoszą się do wszystkich towarów, w stosunku do których czyniono zabiegi zmierzające do uporządkowania asortymentu, podczas gdy ceny jednostkowe C obejmują tylko te artykuły, na które rozciąga się zainteresowanie konsumenta ze względu na związki substytucyjne i komplementarności. Ocena asortymentu sprzedaży musi być dokonana na podstawie oddzielnych dochodzeń, które nie są przedmiotem niniejszych rozważań.

Zbadajmy z kolei usługę handlową, polegającą na zaofiarowaniu konsumentowi danego artykułu w jakości odpowiadającej jego preferencji.

W sferze obrotu dokonuje się zabiegów mających na celu ochronę dóbr przyjętych z produkcji przed uszczerbkiem jakościowym. Ponadto, handel zajmuje się nieraz doskonaleniem towarów, podnosząc ich cechy użytkowe. Jest to konieczne w przypadku odbioru z przemysłu lub rolnictwa artykułów, których jakość stawia pod znakiem zapytania zastosowanie zgodne z przeznaczeniem. Zawsze mamy tu do czynienia z fizycznym przystosowywaniem wytworów pracy ludzkiej do potrzeb rynku. Działalność ta stanowi kontynuację pracy produkcyjnej przemysłu i rolnictwa w sferze obrotu towarowego. I tu, podobnie jak w poprzednio omawianych przypadkach, przeciwstawiamy sobie dwa układy:

początkowy „produkcyjny” i końcowy „handlowy”, między które wkracza usługa „kondycjonowania masy towarowej”, zabezpieczając lub podnosząc jej strukturę jakościową, wyrażoną w klasach, standardach itp. Celom tym służą opakowania, chłodnie, urządzenia wentylacyjne i inne oraz aparat kontroli, który czuwa nad utrzymaniem cech użytkowych poszczególnych artykułów. Zakładamy tu oczywiście, że jakość towaru ma swoje odbicie w jego wartości, a trud włożony w jej zabezpieczenie znajduje swój wyraz w kosztach.

Im korzystniej przedstawia się końcowy stan jakościowy dóbr spożycia przy jednocześnie możliwie najniższych kosztach związanych z ogółem zastosowanych tu zabiegów kondycyjnych, tym wyżej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu. Z punktu widzenia dynamicznego należałoby tu uwzględnić ewentualną poprawę sytuacji w tym zakresie między układem początkowym a końcowym, którą można by przypisać wyłącznie działalności handlu.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności tej usługi może być stosunek kosztów kondycjonowania towarów wyrażony sumą $J_1 + J_2 + \dots + J_n$ do tej części ceny c , która jest wynikiem wzrostu ich wartości użytkowej. Otrzymamy więc następujący wskaźnik:

$$\frac{J_1 + J_2 + \dots + J_n + \dots + J_{n+m}}{c_1 + c_2 + \dots + c_n} \quad (4)$$

Podobnie jak w poprzednio omawianych przypadkach, J_{n+m} wyraża koszty zabiegów przeprowadzanych w stosunku do tych artykułów, wobec których okazały się one nieskuteczne.

Szczególnie ważną rolę odgrywa dalsza usługa handlowa, polegająca na zaopiarowaniu konsumentowi danego artykułu w stosownym dla niego czasie.

Produkcja przemysłowa jest w zasadzie całoroczna, a spożycie bywa okresowe. Zdarzyć się też może, że wytwórczość ma charakter sezonowy, a spożycie — stały lub stosunkowo równomierny w czasie. Ogólnie dałoby się to tak wyrazić, że okresy produkcyjne nie pokrywają się z okresami konsumpcji. Konieczne są więc zabiegi handlu, który: koncentruje w czasie i wydaje na spożycie krótkookresowe produkcję rozłożoną na cały rok, rozkłada produkcję sezonową na równomierne w czasie spożycie całoroczne oraz przechowuje towary, na które popyt występuje w jakiś czas po pojawieniu się podaży. Rozkład początkowy „produkcyjny” towarów w czasie przekształca się dzięki utrzymywaniu zapasów w rozkład końcowy „handlowy”, odpowiadający chronologii zamierzonych zakupów. Spróbujmy zanalizować bliżej omawianą usługę przetrzymywania w czasie i to z punktu widzenia zapasów, które, jak

się okazuje, są jej wykładnikami. Można by *znaleźć* trzy istotne racje przewyciężania w sferze obrotu towarowego odstępu czasu:

1. niepokrywanie się z sobą cyklu wytwarzania i cyklu sprzedaży detalicznej albo procesu konsumpcyjnego;
2. konieczność podziału otrzymanej dużej dostawy na drobne partie, co sprawia, iż przy wielu nabywcach o nieznacznym, przeciętnym zapotrzebowaniu upływa więcej czasu zanim zapas się wyczerpie;
3. brak synchronizacji w obrębie samego handlu między dostawami do punktów sprzedaży detalicznej a zbywaniem przez te punkty towarów.

Pomijając usługę podziału ilościowego większej partii, o czym była już oddzielnie mowa, zasadniczymi okolicznościami, które określają rozmiar usługi handlowej przetrzymywania zapasów w czasie, są sezonowość produkcji i spożycia oraz brak synchronizacji w obrębie samego obrotu towarowego. Narzuca się tu spostrzeżenie, że głównymi i bezpośrednimi wyznacznikami wspomnianej usługi, jak i związanych z nią kosztów są rozmiary zapasów oraz czas ich przechowywania. Od obu tych elementów zależą w decydującej mierze koszty magazynowania zapasów, tudzież ryzyko zbytu oraz strat na towarze.

Im bardziej towary są zaofiarowywane przez handel zgodnie z rozkładem efektywnego popytu w czasie, przy jednocześnie możliwie najniższych kosztach przeprowadzenia w sferze obrotu tej synchronizacji, tym wyżej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu w ujęciu statycznym. W sensie dynamicznym istotne byłoby tu stwierdzenie, czy i w jakim stopniu handel, manipulując zapasami, osiągnął poprawę na tym odcinku w porównaniu z początkowym rozkładem produkcji w czasie.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności tej usługi może być stosunek kosztów globalnych K związanych z jej realizowaniem do zsumowanych iloczynów przeciętnego zrealizowanego zapasu każdego z wchodzących tu w grę artykułów przez ilość dni jego przechowywania, czyli rotację towaru r . Wskaźnik efektywności usługi „czasowej” przyjmie więc postać następującą:

$$\frac{K_1 + K_2 + \dots + K_n + \dots + K_{n+m}}{C_1 \cdot x_1 \cdot r_1 + C_2 \cdot x_2 \cdot r_2 + \dots + C_n \cdot x_n \cdot r_n} \quad (5)$$

Miarą wartości omawianej usługi w odniesieniu do określonego artykułu cieszącego się w danym czasie zainteresowaniem ze strony kupujących jest więc jego ilość x przemnożona przez cenę jednostkową c i rotację, czyli szybkość obrotu towarowego, wyrażoną w ilości dni przechowywania zapasu r .

Dalsza usługa handlu to zaofiarowanie konsumentowi danego artykułu w stosownym dla niego miejsku.

Bywa tak, że produkcja jest przestrzennie rozproszona na całym badanym obszarze, a konsumpcja skoncentrowana w pewnych ośrodkach. Zdarzają się też przypadki odwrotne — dużej koncentracji wytwórczości w kilku punktach przeciwstawia się szeroka dyspersja spożycia. Niepokrywanie się rejonów produkcji z rejonami konsumpcji, a ogólniej rzecz biorąc — każdy przypadek braku czy niedostatku danej podaży w miejscu zapotrzebowania zmusza do interwencji aparat handlu. On właśnie koncentruje produkcję terytorialnie rozproszoną, rozprowadza towary z jednego punktu na szerszy rynek zbytu, a więc kieruje ich przesunięciami z miejsca na miejsce. I znowu dają się tu wyodrębnić dwa układy rozmieszczenia masy towarowej: układ początkowy „produkcyjny” i układ końcowy „handlowy”. Podstawowymi zobiektywizowanymi miarami usługi przewozowej są: odległość, waga i objętość ładunku. Zastosowanie tych miar jest w dużym stopniu uwarunkowane typem przewozu. Zilustrujemy to na przykładzie dwóch typów albo systemów organizacji dostaw. Jeśli jest to bezpośredni przewóz „liniowy” całego ładunku z punktu *A* do punktu *B*, istotne są elementy: odległość dostawy oraz waga lub pojemność ładunku. Jeśli natomiast jest to przewóz „okrężny”, czy to z jednym nadawcą a wielu odbiorcami, czy też z wielu nadawcami a jednym odbiorcą, umieszczonymi kolejno na zamkniętej trasie obwodowej, pomiar usługi nie jest tak prosty. Obok przeciętnej wagi lub pojemności ładunku, aktualnych dla każdego punktu obsługi, ważną rolę odgrywa tu niewątpliwie ilość punktów załadunkowych, przypadająca na przebieg wyrażony jednostkową miarą odległości, a więc na przykład stukilometrowy. Ową ilość punktów obsługi można by nazwać wskaźnikiem „gęstości kilometrycznej”. Koszty związane z realizacją omawianej usługi są również zależne od typu przewozu. Jeśli jest to przewóz liniowy, koszt transportu na jednostkę wagi jest funkcją rosnącą przebytej odległości, a malejącą pojemności ładunku. W przypadku przewozu okrężnego koszt ten jest funkcją malejącą zarówno „gęstości kilometrycznej”, jak przeciętnej pojemności ładunku w każdym punkcie obsługi. Uwzględniając te zależności oraz to, że rozmiar świadczonej przez handel usługi „przewozowej” określa się przede wszystkim odległością dzielącą miejsce odbioru od miejsca nadania, w pokonywaniu jej widzimy osiągane tu rezultaty.

Im bardziej towary są zaofiarowywane przez handel w miejscach zapotrzebowania na nie, przy jednocześnie najniższych kosztach związanych z ich terytorialnymi przesunięciami, tym wyżej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu w ujęciu statycznym. Z punktu widzenia dynamicznego, chcąc ocenić czy i o ile dyspozycje wysyłkowe handlu przyczyniły się do poprawy w przestrzennym rozmieszczeniu towarów,,

powinniśmy porównać pod tym względem układ początkowy z układem końcowym.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności usługi „przewozowej” może być stosunek globalnych kosztów K związanych z jej realizacją do zsumowanych, odnoszących się do poszczególnych artykułów, iloczynów wartości masy przewozowej $C \cdot x$ przez odpowiednią dla każdego artykułu i z uwzględnieniem wszystkich kierunków jego przebiegu najmniejszą odległość przewozową d . Otrzymamy zatem wskaźnik następujący:

$$\frac{K_1 + K_2 \dots + K_n + \dots + K_{n+m}}{C_1 \cdot x_1 \cdot d_1 + C_2 \cdot x_2 \cdot d_2 + \dots + C_n \cdot x_n \cdot d_n} \quad (6)$$

Koszty K obejmują całkowite rzeczywiste nakłady, a więc również poniesione z okazji przewozów nieprawidłowych, np. zbyt dalekich, czy też, co wyraża formuła K_{n+m} , związane z towarami źle skierowanymi, tj. nie ku miejscom efektywnego na nie zapotrzebowania. Masa przewozowa w ujęciu wartościowym obejmuje zsumowane iloczyny cen jednostkowych C i ilości x tych artykułów, w stosunku do których usługa „przewozowa” handlu okazała się skuteczna. Na wartość tej usługi powinna wpływać najmniejsza odległość przewozowa d . Nie można tu przyjąć za podstawę ani najmniejszej odległości pokonanej faktycznie, gdyż ta nieraz ukrywa w sobie dystanse zbędne, ani też odległości fizycznej, w praktyce nie wykorzystywanej.

Pozostaje jeszcze do zbadania usługa handlowa polegająca na zaoferowaniu konsumentowi danego artykułu w sposób zgodny z jego preferencjami.

W ocenie działalności handlu nie można pominąć najróżniejszych stwarzanych przez niego udogodnień w interesie kupującego. Jeśli te udogodnienia są uwzględnione w cenie, a konsument tę cenę przyjmuje, można uznać, że wartość towaru w części swej jest miarą końcowego efektu omawianej usługi handlowej³. Do sposobów sprzedaży, które odpowiadają preferencjom nabywcy, zaliczają się na przykład: sprzedaż ratalna lub na kredyt, komisowa, wysyłkowa, dopuszczająca zwrot towaru, z gwarancją, z dostawą do domu, z zastosowaniem dodatkowego kosztownego opakowania, dokonywana w lokalu handlowym, który oferuje klientom różnorodne wygody czy przyjemności. Jest rzeczą zrozumiałą, że świadczenie tych korzyści, pociągając za sobą koszty, oznacza jednocześnie lepsze wywiązywanie się handlu z jego zadań wobec konsumenta, niż gdyby się ograniczył do prostego aktu zbycia towaru.

³ J. Kurnal, *O problemie efektywności handlu*, „Handel Wewnętrzny” 1958, nr 2.

Im więcej handel dostarcza nabywcom dodatkowych udogodnień, ku którym zwracają się ich preferencje, przy jednocześnie jak najniższych ponoszonych w związku z tym kosztach, tym więcej ocenimy czysty efekt omawianej usługi handlu. Nie zachodzi tu potrzeba, aktualna przy rozpatrywaniu pozostałych rodzajów usług — ujmowania problemu z punktu widzenia dynamicznego. Nie chodzi tu przecież o zabiegi handlu, które się rozkładają na cały cykl obrotu towarowego, rozwijający się między dziedzinami produkcji a konsumpcji, lecz o dodatkowe rozwiązania organizacyjne, wprowadzane w samym końcowym stadium ruchu towarów.

Orientacyjnym wskaźnikiem faktycznej efektywności omawianej usługi może być stosunek kosztów J wspomnianych udogodnień do zsumowanych tych części ceny poszczególnych artykułów, które określają wartość świadczenia handlu, jakim jest sposób sprzedaży wraz z towarzyszącymi mu korzyściami dla konsumenta. Otrzymamy zatem następujący wskaźnik:

$$\frac{J_1 + J_2 + \dots + J_n + \dots + J_{n+m}}{c_1 + c_2 + \dots + c_n} \quad (7)$$

Spróbujmy ustalić ogólne wnioski z dotychczasowej analizy siedmiu rodzajów usług handlowych, realizowanych w interesie konsumenta.

1. Każda usługa jest w całości świadczeń handlu wobec konsumenta członem podziału samoistnym i nawzajem się wykluczającym, a wszystkie rodzaje usług powinny wyczerpywać pełny zakres owych świadczeń. Samoistość ta nie przekreśla możliwości wyrażania rozmiaru kilku usług w ujęciu wartościowym tymi samymi elementami, gdyż posługujemy się w naszych wskaźnikach wielkościami zrelatywizowanymi i takimi, które w każdym przypadku mogą ukrywać inne realia.

2. Poszczególne, figuruje w wskaźnikach 1 do 7 w liczniku zespoły kosztów są również wykluczającymi się członami podziału adekwatnego i opartego na jednej zasadzie, a mianowicie — rodzaju usługi handlowej. Zachodzi jednak w porównaniu z ujęciem usług różnica polegająca na tym, że zespół kosztów związany z jedną usługą nie powtarza się we wskaźnikach odnoszących się do pozostałych usług.

3. Wskaźniki 1 do 7 dają się ująć w trzy grupy: pierwsza grupa obejmuje wskaźniki 1 do 3, w których określone grupy kosztów przeciwstawiamy wartości danej usługi mierzonej ceną detaliczną — są to zatem typowe wskaźniki kosztów; grupa druga obejmuje wskaźniki 4 i 7, w których wartość usługi jest mierzona przyrostem ceny detalicznej; grupa trzecia obejmuje wskaźniki 5 i 6, które, jakkolwiek zawierają, tak jak i pozostałe, określone proporcje wartościowe, nie są z nimi porów-

nywalne, gdyż uwzględniają czynniki pozaekonomiczne, egzogeniczne — czas (r) i przestrzeń (d).

4. Z analizy wskaźników 1 do 7 wynika, że decydującą rolę w ocenie efektywności usług handlowych spełniają elementy ekonomiczne: cena artykułów, których sprzedaż pod każdym względem odpowiada popytowi efektywnemu, oraz koszt, a spośród czynników pozaekonomicznych: czas i przestrzeń. Jakkolwiek udało się ująć usługi kondycjonowania towarów (4) oraz zaofiarowania ich konsumentowi w określony sposób (7) — w wyrazie wartościowym jako przyrosty cen, efektywność świadczeń handlu i tutaj uzależniona jest w dużej mierze od czynników pozaekonomicznych, w szczególności od procesów technologicznych oraz techniki sprzedaży.

Na koniec, dla pełni obrazu, warto podjąć próbę chociażby ramowego uporządkowania głównych kryteriów ogólnospołecznej efektywności handlu. Chodzi tu o ocenę dalszych, pośrednich reperkusji jego działania, nie obojętnych z punktu widzenia interesów gospodarki narodowej jako całości. Wspomnianą ocenę powinny ułatwić orientacyjne i przykładowe wskaźniki, odnoszące się do tych kryteriów i badane porównawczo w ujęciu dynamicznym. I tutaj, podobnie jak przy rozpatrywaniu usług realizowanych bezpośrednio w interesie konsumenta, przyjmujemy pojęcie handlu w znaczeniu węższym, a więc z wyłączeniem skupu oraz zaopatrzenia materiałowego producentów.

Możemy przyjąć, że handel swoją działalnością wspiera pośrednio procesy wzrostu gospodarczego kraju oraz przyczynia się do wyrównywania różnorodnych dysproporcji ekonomicznych. Dobrze będzie wyodrębnić trzy sfery: produkcję, spożycie oraz reprodukcję, w których wpływ ten się zaznacza.

Jeśli chodzi o zadania realizowane przez handel w interesie produkcji, wchodzi tu w grę na przykład ułatwianie przemysłowi i rolnictwu zbytu nowości, artykułów odzwierciedlających kierunki postępu technicznego lub których wytwarzanie jest w danych warunkach gospodarczo najbardziej uzasadnione. Wydaje się, że wpływ ten może być wyrażony stosunkowym udziałem wymienionych rodzajów artykułów w całkowitym obrocie detalicznym. Handel swoją działalnością pomaga w ożywianiu ośrodków wytwórczych, położonych w okręgach o słabym tętnie produkcji. Czyni on to głównie w ten sposób, że stara się zaopatrywać w towary z tzw. zdecentralizowanych źródeł produkcyjnych. Przyjętą przez praktykę miarą wyników tych starań jest udział zakupów handlu z tych źródeł w łącznej sumie obrotu hurtowego i detalicznego.

W ocenie pośrednich reperkusji działania handlu trzeba też zwrócić uwagę na poziom i kierunki zaspokajania potrzeb. O tym czy i o ile na

przestrzeni określonego czasu zaznacza się wzrost całkowitego spożycia towarowego ludności, poucza wartość sprzedaży detalicznej przypadająca na jednego mieszkańca. Ten sam wskaźnik, zastosowany oddzielnie dla miast i obszarów wiejskich, informuje o procesach wciągania wsi w orbitę usług handlowych, a tym samym upodabniania się jej pod względem nateżenia stosunków rynkowych do miast. Tendencję do wyrównywania się potencjału usług handlowych w przekroju terytorialnym odzwierciedla zupełnie poprawnie ilość punktów sprzedaży detalicznej przypadająca na 10 tys. mieszkańców. Na koniec, podnoszenie się pod wpływem handlu zaspokajania potrzeb cywilizacyjnych i kulturalnych może być wyrażone stosunkowym udziałem odpowiednich artykułów w całkowitym obrocie detalicznym.

Analizując pośrednie działanie handlu nie możemy pominąć jego roli w procesach nieprzerwanego powtarzania się społecznego cyklu wytwarzania w skali rosnącej, a więc przy istnieniu akumulacji. Wskażemy, dla przykładu, kilka szczegółowych kryteriów oceny. Nie skonsurowana w danym roku i nagromadzona część wytworzonego dochodu narodowego jest uwarunkowana oszczędnym sposobem gospodarowania. Osiągnięcia handlu w tej dziedzinie mogą być określone między innymi syntetycznymi wskaźnikami: szybkości obrotu towarowego przeciętnej indywidualnej wydajności pracy, względnego poziomu kosztów handlowych, wykorzystania zdolności przepustowej magazynów oraz średniego promienia przewozu. Na jeden ze składników akumulacji — saldo dodatnie wymiany z zagranicą, można wpływać w sensie pozytywnym przez ograniczanie sprzedaży importowanych dóbr spożycia, stąd też przy założeniu, że aparat obrotu ma całkowity wpływ na asortyment rynkowy, ich malejący w nim udział jest poniekąd miarą rezultatów jego wysiłków w tym zakresie. Proces rozszerzonej reprodukcji łączy się nierozzerwalnie z ruchem środków pieniężnych. Z kolei, prawidłowy rytm obiegu tych środków jest zależny w głównej mierze od atrakcyjności podaży w detalu towarów, których sprzedaż umożliwia ściąganie w właściwym czasie zasobów gotówkowych z rynku. O zdolności handlu polegającej na wydrenowaniu tych zasobów informuje dobrze stosunek całkowitego obrotu detalicznego do ogółu dochodów pieniężnych ludności w danym czasie i na danym terytorium.

Zarysowana próba ujęcia i oceny efektywności handlu wewnętrznego wskazuje na potrzebę uwzględnienia dwóch płaszczyzn analizy. W pierwszym rzędzie chodzi o określenie wyników jego pracy z punktu widzenia interesu konsumenta, gdzie okazuje się użyteczne wyodrębnienie siedmiu rodzajów usług, dla których można zaproponować oddzielne, kwalifikujące je wskaźniki. Pełny i ścisły pomiar pośrednich, ogólnoeconomicznych efektów działania handlu, które zostały tutaj tylko zaznaczone, wymaga dalszych przemyśleń.